



MÁS ALLÁ DEL LIBRO: NUEVAS MIRADAS DEL DISEÑO EDITORIAL Y LA EXPERIENCIA DEL LECTOR EN LOS LIBROS-RA

ESMERALDA ITZEL ÁLVAREZ CONTRERAS¹, MARÍA BERNARDITA BRANCOLI POBLETE² y FELIPE HÉCTOR CISTERNA CHÁVEZ²

1 UNIVERSIDAD DE PALERMO, BUENOS AIRES, 2 UNIVERSIDAD DE PALERMO, BUENOS AIRES, ARGENTINA.
solazul57@hotmail.com

Este trabajo analiza, desde la perspectiva de narrativas transmedia, propuesta por Henry Jenkins⁴ y Carlos Scolari⁵, la incipiente unión entre el libro, –entendido como soporte clásico del texto de lectura– y la realidad aumentada (RA). El Libro-RA se expone como un nuevo producto comunicacional en el campo del Diseño editorial digital¹, que desafía la clásica concepción de un único autor, tradicionalmente el escritor, entregando al diseñador digital un peso significativo en la narrativa construyendo una mirada de coautoría. El Libro-RA no abandona la fisicidad del objeto libro, sino que lo complementa a través de la experiencia de usuario y las narrativas transmedia. Este aditamento sucede debido a la irrupción de los dispositivos móviles, llevando al lector a experiencias inmersivas, facilitadas por la interactividad, geolocalización, multimedia, y visualización². Este análisis busca realizar un contraste entre los Libros-RA y la producción de ilustración editorial trabajada por el diseñador y académico Guto Lins desde su perspectiva racional y discurso narrativo en el proceso de edición de publicaciones. El diseño facilita a través del RA-libro una relación de experiencia material (objeto libro) e inmaterial (experiencia digital) con el contenido del libro. El lector al interactuar con el texto y la RA le permite crear y recrear recurrentemente la historia. Esto se logra fundamentalmente por la no secuencialidad, el contexto hipermediacional, el formato transmedial y la experiencia de usuario, elementos que no se desarrollan en plenitud en un contexto únicamente físico. Por lo que, los RA-libros son un juego permanente entre lo visual y lo discursivo, permitiendo a los lectores desarticular la clásica forma de enfrentar un texto. La producción de estos son una experiencia que trasciende de las competencias del diseño gráfico tradicional, exigiéndole al diseñador incluir nuevas variables perceptivas de dinámicas estéticas afines al teatro y al cine. La RA le otorga al dominio visual un poder cognoscitivo, elevando el rol del diseñador como coautor de la obra y donde las imágenes revelan realidades que no son accesibles con el texto³.

1. Albusac, J., et al., (2012). *Realidad Aumentada. Un enfoque práctico con ARToolKit y Blender*. Identic Consorcio-Escuela Superior de Informática.

2. Bedolla, D. et al., (2015). *Perspectivas para la Experiencia y Usuario*. Universidad Autónoma Metropolitana. México

3. Bonsiepe, G. (2002). *Del objeto a la interfase. Mutaciones del Diseño*. Ediciones Infinito. Buenos Aires.

4. Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*. Paidós. Barcelona.

5. Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia*. Deusto ediciones. Barcelona.